

-76%

-50%

-53%

-42%

-73%

-50%



[Forside \(/\)](#) [Samfund \(/samfund\)](#)

Lokal lobbyisme er godt opslagsværk

Forår og lobbyisme



Ny bog om lobbyisme 'Lokal lobbyisme – få indflydelse i kommunen' udkommer den 18. maj og er skrevet af Maria Steno og Marie Scott Poulsen.

Skrevet af



[\(/peter-mose\)](#)

Peter Mose [\(/peter-mose\)](#)
Partner i HEGELUND & MOSE [\(/peter-mose\)](#)
[\(/peter-mose\)](#)
2 artikler
0 indlæg

Vi har sat en interessant og en konsulent til at læse ny bog om lobbyisme i det offentlige. Her konsulentens: ”Forår og Helveg” hed et radikalt valgslogan i 1988. Niels Helveg Petersen drømte om at blive landets næste statsminister. Det lykkedes som bekendt ikke for den indflydelsesrige kongemager. Sloganet kan i år ny-twistes til ”Forår og indflydelse”, for aldrig før er der på så kort tid udgivet så mange bøger om lobbyisme.

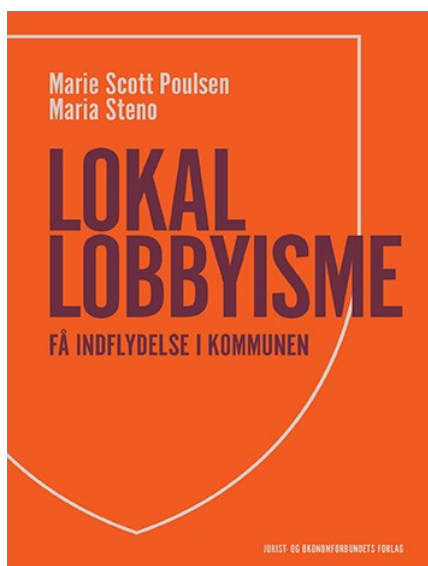
Hele tre udgivelser er det i årets første måneder blevet til på et hidtil tåget og ubelyst samfundsfelt om muligheder og konsekvenser for de beslutninger, der tages og forberedes i stat, regioner og kommuner.

Først udkom den hands-on anvendelige ”*Digital interessevaretagelse*” (<http://www.digitalinteressevaretagelse.dk/>), forfattet af en af de tunge på det påvirkningsfelt, Benjamin Rud Elberth. Must-read-moppedrengen om, hvordan lobbyisten bruger de sociale medier, er en fuldræffer på både strategisk, taktisk og operationelt digitalt niveau.

Få uger efter udkom – i al ubeskedenhed – Susanne Hegelunds og min ”*Flyt magten - sådan bliver du en god lobbyist*” (<https://www.kommunikationsforum.dk/artikler/Martin-Vith-anmelder-Peter-mose-Hegelund-Flyt-magten-lobby>), der tidligere er blevet anmeldt her på Kforum.

God grundbog

Nu udkommer en tredje lobbybog – ”*Lokal lobbyisme – få indflydelse i kommunen*” – på kanten af det nært forestående kommunalvalg til efteråret. Den er skrevet af Marie Scott Poulsen og Maria Steno fra kommunikationsbureauet Geelmuyden Kiese.



Og lad det være slået fast straks: Det er en god grundbog om, hvordan man professionaliserer sin påvirkning af byråd og kommunale forvaltninger, ligesom de to forfattere anlægger det rette væsentlighedskriterium for at skrive bogen: at landets 98 kommuner er en ofte undervurderet arena for interessevaretagelse. Kommunerne er ikke bare filialer i velfærdsfabrikken A/S Danmark; der tages vigtige lokalpolitiske beslutninger med betydning for danskernes nære hverdag.

Forfatterne ved, hvad de taler om i bogens otte kapitler, hvor de dykker ned i lokallobbyistens værktøjskasse. Den ene som aktiv i lokalpolitik, den anden som tidligere kommunal kommunikationschef.

Ikke så få landsdækkende interessevaretagere bruger krudt på Folketinget og regeringsapparatet; arsenalet rummer derimod ikke altid skyts til professionel kommunal indflydelse. Man skal ikke spørge mange borgmestre og kommunaldirektører, før man får et nogenlunde entydigt billede: Lokallobbyisterne – herunder fagforeninger, NGO'er og erhvervsfolk – kan forekomme at have en række udfordringer med deres tilgang til indflydelse. Et grundproblem kan være, at man glemmer at gøre den på den anden side af bordet til vinder; en grundregel, der også gælder i Christiansborg-sammenhæng.

Fornærmer ingen

At der på så kort tid er udkommet tre lobbybøger, vidner om, at påvirkningsfaget er under rivende udvikling, hvad der også er ganske nødvendigt, hvis man skal matche kompleksiteten, professionaliseringen og tempoet i Lobbyland 2025. Som NGO-lobbyisten Rasmus Kjeldahl fra Børns Vilkår sagde under en lobbydebat forleden på Gyldendal: Der vil komme et udskilningsløb. En NGO kan simpelthen være for lille og uprofessionel i lyset af den samfundsudvikling, der venter.

Forfatterne til "*Lokal lobbyisme*" vover sig ikke ud i den slags overordnede betragtninger, hvorfor bogen – efter denne signaturs læsersmag – mangler lidt kant og tankevækkende provokationer for at blive en rigtig *pageturner*. Det er en *pæn* opslagsbog, der – uden at fornærme nogen synderligt – redeligt og kompetent fører læserne igennem lokallobbyismens grunddiscipliner.

Særligt stærk er forfatternes beskrivelse af beslutningsprocesserne i byråd og forvaltninger. For en embedsmand er det ikke nogen aha-oplevelse at læse om budgetlægningens krinkelkroge, men for bogens målgruppe af interessevaretagere er det den hidtil mest grundige indføring i, hvordan og ikke mindst hvornår man kan påvirke budget og sagsgange i samspillet mellem byråd, økonomiudvalg og fagudvalg.

Kald det afgørende procesforståelse: Ligesom i det nationale påvirkningsarbejde er det grundregel nummer et at sætte sig ind i beslutningsgangene lokalt. Ellers mis-timer og mis-framer man let sine mærkesager.

Definitions-kampen

I et andet fint kapitel – "*Skab fortællingen*" – matcher forfatterne deres solide bureaukrati-forståelse med deres driftssikre kommunikative håndværk: Læserne får sat indflydelsesarbejdet ind i

en meningsdannelsekabelon med helte, skurke og problemer. Det er en *on-going* definitionskamp at vinde overbevisningslaget om, hvem der opfattes som hvad. I en af bogens cases får vi konflikten mellem Danmarks Lærerforening, KL og Finansministeriet sat ind i den forståelsesramme.

Det retoriske geni Winston Churchill sagde engang: "Hvis du ikke har en strategi, bliver du offer for andres." Det var næppe dansk hverdagslobbyisme, den britiske statsmand havde i tankerne. Men det kan blive et demokratisk problem, hvis de med den gode sag ikke formår at argumentere for deres sag, levere dokumentationen og løsningerne – og time deres dialog med politikere og embedsmænd rigtigt. Konsekvensen bliver let, at man bliver stigmatiseret som irriterende tidrøver i stedet for at blive opfattet som en nyttig samarbejdspartner.

Forfatterne antyder momentvis sådanne demokratiske problemstillinger, men deres ærinde er ikke samfundsdebat, snarere at give tips og tricks. Og det er på den hands-on-præmis, de retfærdigvis skal vurderes: Forfatterne klarer formidlingsopgaven om nutidige påvirkningsmetoder pædagogisk og med overblik.

Langt de fleste kapitler er relevante. Kun slutkapitlet "*Kommunerne som lobbyister*" virker for denne signatur som et appendix. Hvorfor skal vi lige høre om KL's udfordringer og medlemskommunernes muligheder for at gå solo over for Christiansborg i et kapitel, der i øvrigt ikke holder bogens øvrige standard, hvad angår gode råd og analytisk fundament? Her går der muligvis snarere bureauprofilering end folkeoplysning i skrivetrangen. Kommunerne er et pænt voksende marked i bureauverdenen.

Vederkvægende bogtrend

En anden mindre anke er, at forfatterne enkelte steder falder for fristelsen til at bringe alenlange citater fra casepersoner, der fortæller om deres succes. Det minder momentvis om interviewbåndudskrifter fra specialeopgaver, hvilket giver dokumentationsværdi, men helt stopper læseroplevelsen.

Og det er en skam, for forfatternes egne formuleringer er ganske "boldfaste". Sproget er driftssikkert; man bliver billedligt talt ikke irriteret undervejs af dårlige afleveringer.

Først og fremmest skal forfatterduoen have ros for at være *first mover* ved med deres 234 sider at kaste lys over lokal interessevaretagelse. Dermed er de med til at bringe lobbyfaget endnu et skridt op på den faglige stige.

De politiske bogudgivelser herhjemme synes at køre ad to parallelle spor. Det ene er årtier gammelt, det andet – om lobbyisterne og deres metoder – er nyere. Der spys fortsat politiske biografier ud – senest om Mette Frederiksen – som ikke mindst Christiansborg-journalister kaster sig over.

Biografierne, erindringsbøgerne og samtidssammenskrivningerne er gerne bygget op efter samme, indimellem forudsigelige politiske fortælleskabelon. De dramaturgiske virkemidler har stort set været de samme siden 1990'erne, og bøgerne har ofte et interesseret

læserpublikum, især hvis de er journalistisk velturerede og underholdende.

Manglen kan være, at de politiske biografier ikke kommer til bunds i de reelle magtmekanismer, som siden samme halvfemsere i stort omfang har flyttet sig. Derfor er det ud fra et almindeligt folkeoplysningsperspektiv vederkvægende, at forlagene nu også ser et marked i at udgive bøger om lobbyisme, ligesom man som Benjamin Rud Elberth bare selv kan udgive en vigtig bog. Det blev aldrig rigtigt forår for Helveg, men det er det ved at blive for bøger om indflydelse.

RELATEREDE ARTIKLER

Spin din sandhed i det postfaktuelle samfund (/artikler/I-det-postfaktuelle-demokrati-er-det-svaert-at-skelne-kendsgerninger-fra-ideologi) - Stadig flere informationskilder konkurrerer om at præge befolkningen, og med den strategiske kommunikations indtog i pol...

Når man ser en formand smælde (/artikler/Mette-Frederiksens-tale-i-Faelledparken-paa-arbejdernes-internationale-kampdag-1--maj-2016) - Når jeg ser en formand smælde på en blank og vårfrisk dag, kan jeg høre hende sælsomt fortælle om min verden, mit folk o...

Kan CSR og lobbyisme integreres? (/artikler/Kommunikationsspeciale-Making-sense-of-political-activity-in-a-CSR-world) - Virksomheder opfattes ofte som gode samfundsaktører, når de indgår i CSR-aktiviteter, men betragtes som beregnende, når ...

Startmanual til Lobbyland (/artikler/ledelses-og-metodebog-Flyt-magten-Peter-Mose-Susanne-Hegelund-Interview-lobbyisme) - "Flyt magten" er en ny ledelses- og metodebog for lobbyister. Kommunikation er et af flere støtteben, ligesom den rette b...

En tour-de-force gennem lobby-Danmark (/artikler/Martin-Vith-anmelder-Peter-mose-Hegelund-Flyt-magten-lobby) - Ægte- og forfatterparret Hegelund og Mose har gjort det igen. Men denne gang er bogen ikke en del i deres udredning af m...

En hotline til borgmesteren (/artikler/Ny-bog-om-hvordan-du-lobbyer-lokalt) - Vi har sat en interessant og en konsulent til at læse ny bog om lobbyisme i det offentlige. Her interessentens: Den bed...

Mund-til-mund-metoden virker stadig (/artikler/Saadan-lokker-du-unge-til-stemmeurnerne) - Unges valgdeltagelse og politiske engagement i det hele taget har altid været lavere end de ældre befolkningsgrupper. D...

Giv din stemme

4/5

7 stemmer

KOMMENTARER

UDVALGTE JOB (/KOMMUNIKATION-JOB)



[/kommunikation-job/roskilde-stift--](#)

Kommunikationsmedarbejder
[\(/kommunikation-job/roskilde-](#)

Frist: 31. maj



[/kommunikation-job/dfd-](#)

Kommunikationskonsulent
[\(/kommunikation-job/dfd-](#)

Frist: 17. maj